

Penyuluhan Digital Marketing dan Pembuatan Website untuk Memasarkan Produk Gerabah di Desa Bumijaya Kabupaten Serang

Hermansyah Andi Wibowo¹, Muhamad Suhaemi²
^{1,2} Universitas Serang Raya

Email: hermansyahandiwibowo@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Desember 02, 2024

Revised Desember 15, 2024

Accepted Desember 28, 2024

Keywords:

Bumijaya Serang, digital marketing, pottery, counseling, website.

ABSTRACT

Bumijaya Village is a village in Ciruas District, Serang Regency, a village that is a pottery center. The main advantage of this village lies in its high-quality Natural Resources (clay). However, this natural advantage is not managed optimally so that the economic added value obtained by pottery craftsmen is also not optimal. One of the weaknesses is the low ability to communicate with potential markets for pottery products. The impact is that sales of pottery products are stagnant and not varied. Therefore, in this community service, we provide counseling related to the importance of understanding and practicing product promotion while creating a website for the residents of Bumijaya Village. Video tutorials for prospective customers that can be used to search for products, choose, and make transactions are also published on www.youtube.com

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received Desember 02, 2024

Revised Desember 15, 2024

Accepted Desember 28, 2024

Keywords:

Bumijaya Serang, digital marketing, gerabah, penyuluhan, website.

ABSTRAK

Desa Bumijaya adalah sebuah desa di Kecamatan Ciruas Kabupaten Serang, merupakan desa yang menjadi sentra gerabah. Keunggulan utama dari desa ini terletak dari Sumber Daya Alam (tanah liat) yang berkualitas tinggi. Namun keunggulan alamiah ini tidak dikelola secara maksimal sehingga nilai tambah ekonomi yang diperoleh pengrajin gerabah juga tidak optimal. Salah satu kelemahan yang ada yaitu rendahnya kemampuan komunikasi dengan pasar potensial produk gerabah. Dampaknya adalah penjualan produk gerabah yang stagnan dan tidak variatif. Oleh karena itu, pada pengabdian kali ini, kami memberikan penyuluhan terkait pentingnya untuk memahami dan mempraktikkan promosi produk sekaligus membuat website untuk penduduk Desa Bumijaya. Video tutorial untuk calon pelanggan yang bisa digunakan untuk mencari produk, memilih, dan bertransaksi juga dipublikasi di www.youtube.com.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Nama penulis: Hermansyah Andi Wibowo

Universitas Serang Raya

Email: hermansyahandiwibowo@gmail.com

Pendahuluan

Analisis situasi bergantung pada masyarakat sasaran. Desa Bumi Jaya, Kecamatan Ciruas, Kabupaten Serang memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi lokal, khususnya melalui produk unggulannya yaitu gerabah. Desa ini pernah menjadi percontohan untuk program One Village One Product (OVOP) karena produk gerabahnya. Namun, kendala dalam pemasaran menjadi tantangan utama bagi para pengrajin gerabah untuk meningkatkan penjualan dan kesejahteraan masyarakat. Sebagian masyarakatnya merupakan buruh pabrik, yang perlu untuk mencari alternatif penghasilan saat revolusi industri ke empat benar-benar dijalankan perusahaan mereka.(Wibowo & Indarti, 2020). Kemajuan teknologi sampai level tertentu, dapat menentukan bagaimana manusia berperilaku.(Wibowo, 2023)

Analisis terhadap kondisi Desa Bumi Jaya menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kekayaan budaya yang kuat, tercermin dalam tradisi pembuatan gerabah yang turun-temurun. Dari hasil wawancara yang tampak pada gambar 1. dengan Ahmad Suhaemi, didapati hasil bahwa ternyata *absolute advantage* (efisiensi produksi) dengan kepemilikan bahan bakulah yang menjaga penguasaan pasar gerabah oleh penduduk Desa Bumijaya. Ahmad Suhaemi menuturkan bahwa pernah juga pengusaha dari Bali membeli bahan mentah tanah liat Desa Bumijaya untuk dibuat di Bali. Nilai tambah yang rendah membuat pemerintah daerah melarang praktik ini. Ditambah dari sisi ekonomi, sebagian besar pengrajin masih bergantung pada pemasaran tradisional yang terbatas jangkauannya. Jika ada pelanggan dari luar negeri, mereka membeli dari pengrajin Bali

yang membeli bahan dari Desa Bumijaya(Salakanews.com, 2019) (inforadar.disway.id, 2022). Selain itu, minimnya pengetahuan tentang pemasaran digital membuat produk gerabah kesulitan menembus pasar yang lebih luas. Rendahnya kemampuan produksi dan kreativitas produk juga sebenarnya dialami oleh para penduduk Desa Bumijaya. Dampaknya adalah produk mereka cukup monoton.



Gambar 1 Petugas mendampingi informan mengisi formulir

Berdasarkan uraian sebelumnya, tim pengabdian masyarakat berinisiatif untuk melaksanakan penyuluhan pemasaran berbasis digital dengan fokus pada pembuatan *website*. Penyuluhan pemasaran di desa dapat mengurangi pengangguran (Wibowo, 2024). Meskipun aspek pembukuan juga penting sebagaimana terjadi pada UMKM Kue Satu Desa Magelaran Cilik(Wibowo & Kurnia, 2020), namun saat ini pengabdian kami hanya fokus di pemasaran. Diharapkan melalui pelatihan ini, para pengrajin gerabah dapat memiliki kemampuan untuk memasarkan produknya secara mandiri melalui *platform online*, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jaringan pemasaran. Kurang apiknya aspek produksi, lambat laun akan berkurang jika penjualan produk

semakin tinggi dengan menjangkau konsumen yang lebih luas.



Gambar 2 Produk Gerabah Tradisional

Dalam pelaksanaan kegiatan, tim pengabdian masyarakat akan memberikan materi penyuluhan yang meliputi dasar-dasar pembuatan *website*, optimasi *website* untuk mesin pencari (SEO), serta strategi pemasaran digital lainnya. Hal ini sesuai dengan kajian (Wibowo et al., 2019) yang menyatakan bahwa desain *website* dapat meningkatkan rasa percaya, rasa puas, dan akhirnya loyalitas pelanggan. Desain *website* merupakan bagian dari kualitas layanan elektronik (Wibowo, 2019). Selain itu, tim juga akan membantu para peserta dalam membuat *website* untuk produk gerabah masing-masing.

Diharapkan melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, akan dihasilkan dua luaran yang bermanfaat, antara lain:

- a. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pengrajin gerabah dalam bidang pemasaran digital.
- b. Terciptanya *website* produk gerabah yang menarik dan informatif.

Metode Pelaksanaan

Pencapaian dua luaran didukung dengan pelaksanaan dan metode yang tepat. Secara umum, pelaksanaan kegiatan melibatkan mahasiswa kelompok 82

Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Universitas Serang Raya sebagai panitia. Sementara penulis berperan sebagai narasumber penyuluhan pemasaran era modern.

Penyuluhan Digital Marketing dan Pembuatan *website* untuk memasarkan produk gerabah di Desa Bumijaya Kabupaten Serang. Susunan acara sebagai berikut:

Susunan acara

- a. 08.00 – 09.00 Cek-in Panitia dan pengrajin (Semua person)
- b. 09.00 – 09.10 Pembukaan acara penyuluhan (hanya panitia)
- c. 09.10 – 11.00 Penyuluhan tentang pemasaran online era modern (Hermansyah Andi Wibowo)
- d. 11.00 – 11.40 Pemaparan tentang pemasaran online yaitu *website*, Instagram dan Youtube.com (Perwakilan Anggota KKM 82 Universitas Serang Raya)
- e. 11.40 – 12.00 Penutup acara (panitia)

Anggaran biaya

- a. Domain & Hosting 1 Tahun = Rp242.000
- b. Telkomsel 37 GB 1 Bulan = Rp120.000
- c. Total biaya= Rp. 362.000,-

Panitia

- a. Dosen Pembimbing Lapangan : Hermansyah Andi Wibowo
- b. Ketua KKM kelompok 82 : Dean Feagy
- c. Ketua Pelaksana : Imam Agustian Nugraha
- d. Moderator : Feni
- e. Bidang Humas :
 - Dani -Risma
 - Fika -Raizal

- Nova -Sabar Noerza
- Dean -Aisha
- Bidang Konsumsi :
- Natalia Aprilianti
- Dea Maurizka
- f. Bidang Dokumentasi : Ismail Apriansyah

Pembuatan website

Setelah diberi penyuluhan tentang pentingnya meluaskan jangkauan pemasaran melalui media komunikasi *website*, selanjutnya diberikan aturan main penggunaan *website*. Hal ini dilakukan karena ada ancaman berupa upaya penguasaan oleh salah satu perajin gerabah yang besar. (Jenis pasar persaingan gerabah di desa ini adalah oligopoli). Dengan kata lain, pemberian *standard operating procedure* penggunaan *website* dilakukan sebagai bentuk kontrol atas upaya pencapaian tujuan bersama.

Pengelolaan domain *website* www.gerabahbumijaya.com diserahkan kepada perwakilan masyarakat yang paham akan teknologi. Kemudian pemegang akun dapat menginformasikan kepada para penjual atau pengrajin tentang pemesanan atau pembelian yang konsumen beli, dan juga pemegang akun harus dapat transparansi tentang pendapatan yang di dapat dari penjualan gerabah melalui *website*.

Penulis memberikan masukan terkait bagaimana calon pelanggan akan berinteraksi dengan *website*, maka dari itu diperlukan video tutorial yang memudahkan calon pelanggan dalam mencari informasi terkait produk, memilih produk yang ada, membeli, membayar pesanan. Berikut adalah tautan video tutorial yang dihostkan di *website* video terkemuka www.youtube.com

[Tutorial Cara Belanja di Website Gerabah Bumijaya - YouTube](#) (KKM82, 2018)

Hasil dan Pembahasan

Semua luaran yaitu meningkatnya pemahaman akan keterampilan pemasaran digital perajin Bumijaya dan terpublikasinya domain dari *website* www.gerabahbumijaya.com, berhasil dicapai.



Gambar 3 Berfoto bersama pemateri



Gambar 4 Pemberian sertifikat untuk pemateri

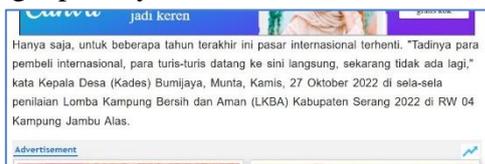
Gambar 5 di bawah adalah tampilan antarmuka dari laman www.gerabahbumijaya.com, sayang sekali saat diakses tanggal 27 Juli 2024, website ini sudah *down*. Kemungkinan penyebabnya -sebagaimana sudah disinggung di bagian metode- adalah tidak kompaknya penduduk perajin, khususnya perajin dengan skala besar. Menurut Ahmad Suhaemi, selain dirinya ada juga ada beberapa perajin besar lain. Kemungkinan hasil pengabdian berupa *website* yang dimiliki bersama oleh para perajin gerabah di Desa Bumijaya, tidak berjalan mulus.

Jika ditelusur di internet, eksistensi aktivitas membuat gerabah tetap ada. Bisa jadi sekarang tiap pengrajin sudah menjual secara mandiri. Adapun pengabdian kami tahun 2018, hanya memantik penggunaan youtube, instagram, dan Whatsapp. Namun masalah pengrajin yang membutuhkan bantuan tetap selalu ada. (Banten Pos, 2023).



Gambar 5 Antarmuka website

Sebenarnya, sudah ada kemajuan terkait upaya pemasaran produk via internet, sebagaimana disampaikan oleh Kepala Desa Bumijaya dan tampak pada tangkapan layar di bawah.



Gambar 6 tangkapan layar

Sumber: <https://inforadar.disway.id>

Nampaknya, permasalahan yang dihadapi oleh perajin gerabah Desa BumiJaya sangat kompleks. Pembuatan website dari pengabdian kami hanya menambah luas penyebaran informasi, namun turis yang datang juga tidak mampu dipertahankan penduduk sekitar Desa. Perlu partisipasi dari pemerintah daerah setempat di tingkat Desa, kabupaten, dan provinsi (mengingat ada campur tangan provinsi lain) untuk duduk bersama untuk menyamakan persepsi tentang masalah

utama, masalah turunan, alternatif solusi, dan keputusan bersama tentang eksekusinya.

Semua memiliki tanggung jawab sesuai dengan wewenangnya. Masyarakat juga harus dilibatkan dan dididik untuk menjaga kebersihan dan ketertiban (sesuai laporan dari kelompok 82 KKM UNSERA).

Kesimpulan

Desa Bumijaya adalah Desa pengrajin/sentra pengrajin gerabah yang dilakukan secara turun temurun. Pengabdian yang kami lakukan hanya memfasilitasi masyarakat Desa Bumijaya yang berprofesi sebagai perajin gerabah secara turun temurun, untuk menambah jangkauan komunikasinya. Pengabdian kami menghasilkan pemahaman yang dimiliki bersama dan sebuah website *e-commerce* beserta tutorialnya di youtube. Keunggulan Desa Bumijaya terletak pada sumber daya alam yang membuatnya dilirik oleh provinsi lain yaitu tanah liat berkualitas tinggi.

Saran

Keunggulan SDA Desa Bumijaya perlu dikelola dengan baik, baik secara kultural maupun administrasi. Perlu kerja sama semua pihak, selain seluruh komponen masyarakat Desa Bumijaya itu sendiri. Lingkup administrasi pemerintah desa, kabupaten, dan provinsi perlu dilibatkan untuk menjaga dan mengelola kelebihan desa ini.

Ucapan Terima Kasih

Kami penulis mengucapkan terima kasih kepada masyarakat Desa Bumijaya yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kami. Kami juga berterima kasih atas kerjasama tim kelompok 82 KKM Universitas Serang Raya.

Daftar Pustaka

- Banten Pos. (2023). *Perajin Gerabah Bumi Jaya Butuh Perhatian - BANTEN POS*.
<https://banpos.co/2023/03/24/perajin-gerabah-bumi-jaya-butuh-perhatian/>
- inforadar.disway.id. (2022). *Perajin Gerabah Bumijaya makin Sulit Pasarkan Produknya*.
<https://inforadar.disway.id/read/648514/perajin-gerabah-bumijaya-makin-sulit-pasarkan-produknya>
- KKM82, K. (2018). *Tutorial Cara Belanja di Website Gerabah Bumijaya*. Tutorial Cara Belanja Di Website Gerabah Bumijaya.
<https://www.youtube.com/watch?v=Ux3ZYOQEDz4>
- Salakanews.com. (2019). *Terkenal di Bali, Gerabah Bumijaya Serang kini Dipamerkan di Bandara Soetta*.
<https://salakanews.com/terkenal-di-bali-gerabah-bumijaya-serang-kini-dipamerkan-di-bandara-soetta/>
- Wibowo, H. A. (2019). The Mediating Role of E-Satisfaction on the Effect of E-Service Quality Dimensions on E-Loyalty: A Lesson from Bukalapak.Com Indonesia. *Humanities and Social Sciences Letters*, 7(4), 199–208.
<https://doi.org/10.18488/journal.73.2019.74.199.208>
- Wibowo, H. A. (2023). Stakeholder theory , industrial revolution , and interaction models on the internet : further research topics. *Enrichment: Journal of Management*, 12(6).
<https://doi.org/10.35335/enrichment.v12i6.1076>
- Wibowo, H. A. (2024). Seminar dan Pelatihan Pemasaran dan Keuangan di Desa Kubang Jaya Sebagai Upaya Mengurangi Jumlah Pengangguran. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 13.
- Wibowo, H. A., & Indarti, N. (2020). Blue-Collar Workers Entrepreneurial Intentions and The Extended Theory of Reasoned Action: Incorporating SEM and Person-Item Map Analysis. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 35(3), 204.
<https://doi.org/10.22146/jieb.52046>
- Wibowo, H. A., & Kurnia, D. (2020). Pemulihan Kegiatan Ekonomi Penduduk Desa Magelaran Cilik Dengan Pendampingan Umkm Kue Satu Sebagai Upaya Peningkatan Aksesibilitas Kredit Perbankan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177–180.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/al-jpkm.v3i2.20298>
- Wibowo, H. A., Wahid, F., & Nafiudin. (2019). The Influences of Website Design on Formation of E-Trust, E-Satisfaction and E-Loyalty of Bukalapak.com Consumers: Relationship Marketing Revisited. *Proceedings of the 2019 International Conference on Organizational Innovation (ICOI 2019)*, 100(Icoi), 365–369.
<https://doi.org/10.2991/icoi-19.2019.62>